



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS SYIAH KUALA**  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111  
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)

---

## **ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH**

### **TITLE**

**PENGARUH EFISIENSI DAN KUALITAS HEDONIS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBELIAN TIKET ONLINE PESAWAT GARUDA INDONESIA DENGAN PERSEPSI NILAI YANG DITERIMA KONSUMEN SEBAGAI PEMEDIASI**

### **ABSTRACT**

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari efisiensi dan kualitas hedonis terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian tiket online pesawat Garuda Indonesia dengan persepsi yang diterima konsumen sebagai pemediasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen maskapai penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines yang pernah membeli tiket secara online. Metode penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Purposive Sampling digunakan sebagai teknik pengambilan sampel. Metode analisis Hierarchical Linear Modeling (HLM) digunakan sebagai metode analisis untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel yang teribat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efisiensi dan kualitas hedonis berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, efisiensi dan kualitas hedonis berpengaruh positif terhadap persepsi nilai yang diterima konsumen, dan persepsi nilai yang diterima konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa efisiensi dan kualitas hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi nilai yang diterima konsumen maupun loyalitas pelanggan, dan persepsi nilai yang diterima konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu diperoleh hasil bahwa persepsi nilai yang diterima konsumen memediasi secara parsial dari efisiensi dan kualitas hedonis terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Efisiensi, Kualitas Hedonis, Persepsi Nilai Yang Diterima Konsumen, Loyalitas Pelanggan